

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PERCETAKAN BUKU
CV. BIMA JAYA DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

DAMAS WAHYU NUGROHO

NIM. B 100 080 084

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi ini dengan judul:

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PERCETAKAN BUKU CV. BIMA JAYA DI
SURAKARTA**

Yang ditulis oleh:

DAMAS WAHYU NUGROHO
B 100 080 084

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Agustus 2015

Pembimbing Utama

(Edi Purwo Saputro, S.E.,M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, S.E.,M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DAMAS WAHYU NUGROHO**
NIRM : **08.6.106.02016.500084**
Jurusan : **MANAJEMEN**
JudulSkripsi : **PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
PERCETAKAN BUKU CV. BIMA JAYA DI
SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang di berikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Agustus 2015
Yang Membuat Pernyataan,

Damas Wahyu Nugroho

MOTTO

“Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam”

(Q.S. Al-Fatihah, 1: 2)

“Barang siapa mengamalkan yang diketahuinya maka Allah menganugerahkan kepadanya ilmu yang belum diketahuinya”

(Hadits Nabi ﷺ)

“Kalau hari ini kita hanya menjadi penonton maka bersabarlah untuk menjadi pemain di esok hari”

(Penulis)

“Lebih baik terlambat daripada tidak wisuda sama sekali”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan teruntuk:

- ❖ Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan dorongan, semangat dan doa, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- ❖ Kakakku tercinta dan kusayangi.
- ❖ Keluargaku yang telah memberikan perhatian dan dukungannya.
- ❖ Sahabat-sahabatku yang selalu menemani dalam suka maupun duka.
- ❖ Teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan dorongan.
- ❖ Buat seseorang yang selalu kunantikan kehadirannya.
- ❖ Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh

Dengan mengucap rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiadji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Agus Setiawan, S.E.,M.M selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Jati Waskito, S.E.,M.Si selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dalam menempuh perkuliahan.

5. Bapak Edi Purwo Saputro, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu memberikan bimbingan, pengarahan, serta saran sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
6. Bapak Drs. Syamsudin, MM selaku dosen favorit yang telah senantiasa memberikan motivasi dan dukungan.
7. Bapak dan ibu tercinta yang selalu memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil.
8. Kakakku yang selalu aku cintai dan sayangi.
9. Keluargaku yang telah memberikan bantuan dan support.
10. Sahabat-sahabat ku yang selalu ada di saat suka maupun duka.
11. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembacanya.

Wassalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh

Surakarta, Agustus 2015



(Penulis)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Skripsi.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6

B.	Pengertian Bauran Pemasaran.....	8
C.	Pengertian dan Arti Penting Saluran Distribusi	9
D.	Fungsi-fungsi Saluran Distribusi	10
E.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	12
F.	Macam-macam Saluran Distribusi.....	17
G.	Bentuk-bentuk Saluran Distribusi.....	20
H.	Volume Penjualan	22
I.	Penelitian Terdahulu	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	28
A.	Kerangka Pemikiran.....	28
B.	Hipotesis.....	29
C.	Variabel Penelitian	29
D.	Data dan Sumbet Data.....	30
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
F.	Analisis Data	31
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	36
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B.	Deskripsi Data.....	54
C.	Analisis Data	56
D.	Pembahasan.....	64

BAB V	PENUTUP	65
	A. Kesimpulan	65
	B. Keterbatasan Penelitian.....	65
	C. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Data Saluran Distribusi Langsung	54
Tabel 4. 2 Data Saluran Distribusi Tidak Langsung	55
Tabel 4. 3 Data Volume Penjualan	55
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Struktur Oraganisasi CV. Bima Jaya	39
Gambar 4. 2 Proses Produksi CV. Bima Jaya	42
Gambar 4. 3 Lay Out CV. Bima Jaya	49

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh saluran distribusi langsung dan tidak langsung yang dilakukan CV. Bima Jaya terhadap peningkatan volume penjualan, 2) Untuk mengetahui variabel distribusi mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap volume penjualan pada CV. Bima Jaya.

Hipotesis penelitian ini adalah: 1) Diduga saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung berpengaruh terhadap volume penjualan, 2) Diduga bahwa saluran distribusi langsung lebih dominan berpengaruh terhadap volume penjualan dibandingkan saluran distribusi tidak langsung.

Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel distribusi langsung diperoleh t hitung $3,882 > t$ tabel $2,000$ maka hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan dan variabel saluran distribusi tidak langsung diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ($3,292 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi tidak langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Sedangkan hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($63,447 > 4,00$), maka H_0 ditolak. Berarti secara bersama-sama variabel saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh *Adjusted R square* (R^2) sebesar $0,679$, berarti variasi perubahan variabel volume penjualan dapat dijelaskan oleh variabel saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung sebesar $67,9\%$. Sedangkan sisanya sebesar $32,1\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci: Saluran distribusi langsung, saluran distribusi tidak langsung, dan volume penjualan.